



**СУМСЬКА МІСЬКА РАДА
УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА**

площа Покровська, 2, м. Суми, 40000, тел. (0542) 701-575

e-mail: pmo@smr.gov.ua

29.11.2019 №295/11-11

**Сумському міському голові
Лисенку О.М.**

**Членам виконавчого комітету
Сумської міської ради**

**Головам постійних депутатських
комісій Сумської міської ради VII
скликання**

**Першому заступнику міського
голови
Войтенку В.В.**

**Директору департаменту фінансів,
економіки та інвестицій
Сумської міської ради
Липовій С.А.**

Просимо вас підтримати та включити пропозиції управління стратегічного розвитку міста до проекту бюджету Сумської міської об'єднаної ОТГ на 2020 рік.

Розглянувши проект бюджету Сумської міської ОТГ на 2020 рік, який оприлюднено на сайті Сумської міської ради, враховуючи об'єм роботи, що був виконаний управлінням в 2019 році, пов'язаний з розробкою стратегії розвитку міста 2020-2030 роки, комунікаційної і візуальної концепції бренду м. Суми, логотипу, бренд-буку та важливістю цих проектів для Сумської міської ОТГ, просимо виділити кошти з міського бюджету на заходи, відповідно до Додатку 1, Додатку 2, Додатку 3.

Заходи, які перелічені в Додатках дуже важливі для розвитку та функціонування міста, оскільки у випадку недофінансування є вірогідність того, що бренд буде використовуватись не системно, хаотично, не зможе виконати цілі, які були поставлені у рамках проекту. Також хочемо нагадати,

що для виконання та позитивного сприйняття стратегії розвитку міста 2020-2030 роки, її мають побачити її автори - мешканці Сумської міської ОТГ, які були безпосередньо її розробляли.

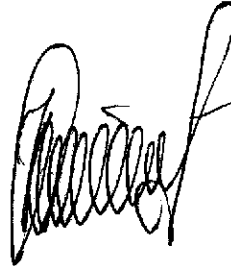
Обов'язково потрібно профінансувати розробку плану просування бренду. Оскільки просування бренду міста є важливою складовою політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку, і в цьому контексті визначається як процес комплексної взаємопов'язаної діяльності органів місцевого самоврядування, приватного та громадського секторів, що спрямована на підвищення конкурентоспроможності та привабливості певної територіальної громади, а також загальної якості життя населення, і яка реалізується шляхом розробки і впровадження економічних, соціальних, культурних та політичних програм і заходів, з використанням різноманітних інструментів та методів маркетингу.

Розробка плану просування міста включає в себе:

- підбір інструментів маркетингової комунікації;
- визначення індикаторів успіху, планування моніторингу та оцінки проекту маркетингу;
- визначення учасників проекту, розподіл функцій;
- формування проекту.

Якщо вищезазначені заходи не будуть профінансовані, впровадження бренду міста буде під загрозою.

**Начальник управління
стратегічного розвитку міста**
Никоненко В.В. 701-574



О.М. Кубрак

**Додаток №1 до листа
№294/11-11 від 28.11.19**

№ з/п	Пріоритетні завдання	Заходи	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. грн., у т.ч.	Очікуваний результат
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми	2.1.14. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову 2.1.15. Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо Стратегії розвитку міста	2020 рік	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	2020 рік - 82,5	Формування іміджу м.Суми як інвестиційно привабливого міста, шляхом поширення інформації про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал в Україні та за її межами.
2.	Формування механізмів підтримки і просування бренду міста Суми	2.7.1. Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста 2.7.2. Створення фото- та відеоконтентів про місто Суми для підвищення впізнаваності бренду в різних каналах комунікації 2.7.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації	2020 рік	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	2020 рік - 500,0	Формування позитивного образу міста Суми Підвищення рівня впізнаваності та лояльності до бренду міста Суми Забезпечення промоції бренду міста через різні канали комунікацій (інтернет, соціальні мережі, телебачення, білборди, сітілайти, тощо)

**Начальник управління
стратегічного розвитку міста**
Никоненко В.В. 701-574



О.М. Кубрак

**Додаток №2 до листа
№294/11-11 від 28.11.19**

Мета, завдання	Джерел а фінансу вання	2020 рік (проект)			Відповідальні виконавці
		Обсяг витрат	у тому числі кошти міського бюджету		
			Зага льн ий фо нд	Спец іаль ний фон д	
1	2	6	7	8	12
Всього на виконання заходів на 2020 рік, тис.грн.	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	582,5	582,5	-	
КПКВ 0217693 «Інші заходи, пов'язані з економічною діяльністю»					
Завдання 1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	82,5	82,5	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)
1.1. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	12,5	12,5	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)
1.2. Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо Стратегії розвитку міста	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	70,0	70,0	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)
Завдання 2. Формування механізмів підтримки і просування бренду міста Суми	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	500,0	500,0	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)
2.1. Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста	Бюджет Сумської міської об'єднаної ОТГ	150,0	150,0	-	Виконавчий комітет Сумської міської ради, (управління стратегічного розвитку міста, відділ бухгалтерського обліку та звітності)

**Додаток №3 до листа
№294/11-11 від 28.11.19**

Результативні показники виконання завдань на 2020 рік

Відповідальні виконавці, КТКВК/КПКВК, завдання, результативні показники	2020 рік (проект)		
	Разом	в тому числі	
		Загальний фонд	Спеціальний фонд
1	5	6	7
1. Формування позитивного сприйняття міста Суми			
Всього на виконання заходів в 2020 році, тис. грн	582,5	582,5	-
КПКВК 0217693 «Інші заходи, пов'язані з економічною діяльністю»			
Завдання 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми			
1.1. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову, тис. грн	12,5	12,5	-
Показник затрат:			
Обсяг витрат, тис. грн	12,5	12,5	-
Показник продукту:			
Кількість документів, од.	1	1	-
Показник ефективності:			
Середні витрати на переклад одного документу, грн	12500	12500	-
Показник якості:			
Кількість документів, готових до використання	1	1	-
1.2. Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо Стратегії розвитку міста, тис. грн	70,0	70,0	-
Показник затрат:			
Обсяг видатків на виготовлення поліграфічної продукції щодо Стратегії розвитку міста Суми (англійською та українською мовами), тис. грн.	70,0	70,0	-
Показник продукту:			
Кількість поліграфічної продукції, од.	1000	1000	-
Показник ефективності:			
Середня вартість одиниці поліграфічної продукції щодо Стратегії розвитку міста Суми, одиниці	70	70	-
Завдання 2. Формування механізмів розвитку, підтримки і просуванню бренду міста Суми, тис. грн	500,0	500,0	-
2.1. Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста, тис. грн	150,0	150,0	-
Показник затрат:			
Обсяг витрат, тис. грн	150,0	150,0	-
Показник продукту:			
Кількість документів, од.	1	1	-
Показник ефективності:			
Середні витрати на розробку одного документу, грн.	150000	150000	-
2.2. Створення фото- та відеоконтентів про місто Суми для підвищення впізнаваності бренду в різних каналах комунікації, тис. грн	200,0	200,0	-

Показник затрат:			
Обсяг видатків на послуги фотографа, тис.грн.	40,0	40,0	-
Обсяг видатків на послуги відеографа, тис.грн	160,0	160,0	-
Показник продукту:			
Кількість виготовленого фото контенту, од.	2000	2000	-
Кількість виготовленого відео контенту, од.	4	4	-
Показник ефективності:			
Середні витрати на створення одиниці фото контенту, грн	20	20	-
Середні витрати на створення одиниці відео контенту, грн	40000	40000	-
Показник якості:			
Динаміка збільшення показника лояльності до міста серед жителів, %	7	7	-
Динаміка кількості охоплення ЦА в каналах комунікації, ос	4500	4500	-
Динаміка росту рейтинг впізнаваності бренду, %	7	7	-
Середнє значення співвідношення лайків, репостів, коментарів до охоплення, %	7	7	-
2.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації, тис грн	150,0	150,0	-
Показник затрат:			
Обсяг видатків на розміщення контекстної реклами, тис. грн	49,9	49,9	-
Обсяг видатків на висвітлення інформації в соціальних мережах, тис. грн	48,8	48,8	-
Обсяг видатків на висвітлення інформації на телебаченні (трансляція на телеканалі), тис. грн	37,2	37,2	-
Обсяг видатків на висвітлення інформації на білбордах, тис. грн	8,7	8,7	-
Обсяг видатків висвітлення інформації на сітілайтах, тис. грн	5,43	5,43	-
Показник продукту:			
Кількість днів висвітлення інформації в пошукових системах, дн	208	208	-
Кількість днів висвітлення інформації в соціальних мережах, дн	203	203	-
Кількість випусків, що висвітлює інформацію на телебаченні (трансляція на телеканалі), од	3	3	-
Кількість висвітленої інформації на білбордах, од	15	15	-
Кількість висвітленої інформації на сітілайтах, од	20	20	-
Показник ефективності:			
Середня вартість висвітлення інформації в пошукових системах за 1 день, грн	240	240	-
Середня вартість висвітлення інформації за 1 день, грн	240	240	-
Середня вартість висвітлення інформації на телебаченні (трансляція на телеканалі) за 1 відеоролик, грн	12400	12400	-
Середня вартість висвітлення інформації на білборді за 1 од, грн	580	580	-
Середня вартість висвітлення інформації на сітілайті за 1 од, грн	267,8	267,8	-
Показник якості:			
Динаміка збільшення показника лояльності до міста серед жителів, %	9,5	9,5	-
Динаміка кількості охоплення ЦА в каналах комунікації, ос.	130000	130000	-
Динаміка росту рейтинг впізнаваності бренду, %	7,5	7,5	-
Середнє значення співвідношення лайків, репостів, коментарів до охоплення, %	7	7	-

**Начальник управління
стратегічного розвитку міста**

Никоненко В.В.

701-574



О.М. Кубрак